大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展措施

黄 亮
[保亭黎族苗族自治县融媒体中心（广播电视台），海南 保亭 572300]

摘 要：随着当前社会经济形势的不断发展，信息技术进入了突飞猛进的发展阶段，新媒体是一种基于现代化信息技术而建立起来的现代技术。信息技术本身包含了多个方面的内容，因此新媒体在发展的过程当中也会受到多种因素的限制，具有着复杂化与多样化的特征。随着新媒体的快速发展，传统媒体的转型已经成为必然。如何在传统媒体的转型阶段促进传统媒体与新媒体之间的融合也是当前社会各界研究的一个重点话题。下文将探讨大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展的主要对策，与现代信息技术相结合探讨传统媒体和新媒体融合的未来主要发展趋势。

关键词：大数据；基本类型；新媒体特征；资源共享；多元化 **中图分类号：**G206 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）01-072-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.01.020
本文著录格式：黄亮．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展措施 [J]. 中国传媒科技，2022（01）：72-74.

导语

当前，现代信息技术不断发展，信息交换的手段与传播手段也在不断发生改变。随着新媒体在社会中逐渐被普及，人们的生活方式受到新媒体技术的影响也发生了明显的转变。然而，传统媒体所具有的严肃性、公正性以及严谨性始终贯穿于媒体消费者的思维当中。[1]因此，新媒体要想在社会中顺利地发展下去，离不开传统媒体的辅助与扶持。所以，当前要加大传统媒体与新媒体之间的融合，从而促进现代媒体形式的进一步发展。

1. 大数据背景下的新媒体概念

1.1 新媒体的概念

新媒体的相关概念最早是在电子信息化技术被普及的时期所提出来的。在 20 世纪 60 年代末期，新媒体逐渐开始受到西方信息化国家的追捧，但由于计算机技术本身发展速度极快，具有较强的变革性与多样性，因此很难对新媒体这一概念进行一个较为明确的定义，人们对新媒体的概念也并不清晰。[2] 但一般来说认为新媒体是一类固有的传播手段，是新媒体依赖现代的电子信息技术所发展出来的一种现代媒体形式。与新媒体相对立的是传统媒体，其发展的基础包含了电视以及广播等手段。运用现代化的网络技术、3D 技术以及现代数字技术等，最终利用互联网组成特殊的数据传递通道，从而完成对信息的直接传递。

1.2 新媒体的基本类型

新媒体是一个相对较为广泛的概念，新媒体中包含了微博、论坛、各类网站、电子杂志、在线游戏以及手机短信等多种内容。其中，一部分属于现代新媒体的形式，另一部分则是新媒体的软件，还有一部分属于新媒体的硬件形式以及服务形式。

1.3 大数据背景下新媒体的特征

在大数据的背景下，首先认为新媒体并不是一个固定的静态概念，它是与传统媒体形式对比所产生的一个相对概念。随着现代科学技术的不断发展演变出了新媒体这一现代的媒体形式，在大数据背景下，新媒体具有极强的创新力，这种创新力不仅仅体现在传播形式上创新，更主要的是表现在它所包含的基础理论以及现代关键技术上，这种创新力具有一定的区域范围性以及时效性，新媒体是在一定的时间范围内以及技术条件下所形成的概念。[3] 大数据背景下的新媒体技术具有极强的交互性，这种交互性也是新媒体所具有的最明显的一个特征。新媒体转变了原有的信息传播手段，使得发送信息的人与接收信息的人之间不需要依赖过多的流程就可以直接进行沟通，从而展开信息的传递。在信息传递沟通的过程当中，信息接收者与信息传递者对传递的信息都能够进行一定的控制。因此，在新媒体中能够开展信息双方的身份转化，转变了传统固定的信息传递者与信息接收者之间的关卡，使得接收信息的人也能够成为传递信息的人。

2. 传统媒体与新媒体的区别

2.1 受众群尽不相同

想要让传统媒体与新媒体能够在大数据背景下顺利地进行融合，首先应对传统媒体以及新媒体的特征进行充分的理解，分析两者在信息传递过程中分别具有的优势与劣势，在融合的过程当中发挥优势弥补劣势，从而不断进行完善。在主要受众上，传统媒体由于在社会发展的过程当中具有较长的历史，运用广播、电视等手段影响了几代人，具有较强的受众基础，且这些受众发展到现在主要为中老年群体，这类群体的一个主要特征就是个人习惯比较固定，很难进行改变。新媒体的主要受众是现代年轻人，这类群体大多愿意接受社会中的各类新的媒体形式。因此传统媒体与新媒体在人群受众上存在着极大的差别。[4]

2.2 传播手段不同

传播手段上的不同是传统媒体与新媒体之间最大的一点不同。传统媒体主要利用广播、杂志等媒介来进行信息的传递，虽然传递的范围可能会受到各类因素的限制且传播速度较慢，但运用传统媒体所传递的信息具有良好的广度以及深度。新媒体传递信息的主要手段是现代互联网，利用各类现代化的社交平台如微博、论坛、贴吧等来传递信息，这种方式所传递的信息与传统媒体传递的信息相比缺少一定的深度，但更具有创新性，传播速度更加及时，能够让人们在第一时间了解到最新的信息。

2.3 从业人员的水平差异

传统媒体发展时间久远，其从业人员大多为专业人员，具有较强的专业素养，且大多具有一定的专业经验，能够满足媒体信息传递的基本要求。新媒体与传统媒体形式相比，其入驻门槛要更低，在新媒体中，信息接收者也可以作为信息传播者，这就导致许多并没有新闻专业素质的人也成为信息传播者，也正是这种现状导致新媒体的发展定位不清晰，且当前在新媒体当中并没有给予信息传播者一个特定的规范，在信息所具有的深度以及信息质量上存在着众多的不足。

3. 传统媒体与新媒体融合的优势

3.1 实现媒体资源共享

传统媒体与新媒体融合能够有效促进双方媒体资源的共享，从而充分利用现有的媒体资源，实现同一资源的共同开发与推广，双方相互协作。新媒体与传统媒体融合后产生的社会效益能够远远高于二者单独所具有的效益，从而充分将资源进行共享，能够最大限度地扩展目标受众与媒体市场。如某卫视与淘宝网合作，将卫视的周边衍生产品在淘宝网上进行销售，既有效扩大了卫视的销售渠道，带来了更多的额外收益，同时节目中宣传产品的同时也为淘宝带来了良好的广告效应，树立了良好的电商形象。

3.2 产品形态多元化

新媒体与传统媒体的融合发展到现在，已经逐渐不再是报纸与互联网融合的单一融合形式，开始逐渐产生更多种类的媒体产品，逐渐朝着更加多元化与丰富化的方向发展。传统媒体中所使用的报纸、电视等文字图像的媒体形式开始转化为网络视频、电子杂志甚至有声报纸、虚拟现实等现代科技形式，在贴吧、微博、论坛、朋友圈等现代社交媒体上进行广泛传播，不同的社交平台能够运用自己独有的方式将媒体融合产品形态所具有的多样化发挥到机制，涉及传统媒体的各个部分。

3.3 融合载体全面数字化

促进传统媒体与新媒体融合的一个重要原因也是当前的大数据背景，在大数据背景下，现代科学技术手段特别是互联网技术的快速进步，为新媒体与传统媒体之间的融合提供了必要的技术支持。[5] 大数据时代，网络技术更新速度快，数据信息更迭频繁，这也对现代媒体行业的发展提出了更高的要求，信息接收者对信息的需求变化产生了重要的影响。当前每一个社交软件或是相关平台的上线都会引起各类媒体的广泛关注，微信作为较为典型的一个社交软件，其每一次发布的新功能都会在其他的平台上引起广泛关注，同时对受众的实际需求产生一定的影响。既改变了受众对它的需求，同时也让受众在此基础上形成了新的需求。

4. 大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展模式

4.1 新媒体与传统个人媒体传输单位的融合

新媒体与传统的个人媒体传输单位所展开的融合，一般会将用户的体验感放在核心位置，用户不仅仅是接收信息的主体，同时也具有明显的个性化特征。如作为当前全球最大的新闻与传媒内容数据库的百度，在发展与融合的过程当中通过数据链的建立，在用户搜索信息的过程当中不断对自身所包含的功能进行优化，使用者能够根据自己的思想意识来对系统中的新闻功能进行设置，转变新闻原有属性，从而重塑新闻浏览系统。

4.2 新媒体与网络媒体的融合

新媒体在互联网技术不断发展的过程当中逐渐具有了融合性的特征，开始形成一套相对较为稳定的聚合单位。新媒体在媒体行业当中所表现出来的创新主要是将多种不同的元素有机地结合起来，从而形成链条化产业型发展。此外，新媒体内容的多样从某种程度上来说是社会交流信息的传播所决定的，新媒体能够基于传统媒体的内容，将多种不同的媒体形式有机结合起来，能够有助于打破传统媒体中信息内容受到的局限性，在传递信息时融入语音以及图像等，组成多种类型新闻内容融为一体的新闻主体。

5. 传统媒体与新媒体融合发展的主要策略

5.1 引导舆论，占据主体地位

不论是传统媒体或是新媒体，当前在信息传递的整体质量以及效率上都得到了有效提升。新媒体作为现代兴起的一种信息传递手段，与传统媒体相比具有一定的技术性，因此在竞争的过程中也更具优势。然而当前通过新媒体所传递出来的信息质量无法得到保障，阻碍了新媒体的进一步发展。为了顺应当前大数据背景的要求，为人们带来更加专业化的信息，新媒体应当充分结合传统媒体所具有的舆论引导作用，促使新媒体传递的信息更具有深度，提升整个新媒体信息传递质量。同时应当对当前的媒体传播手段进行改善，帮助新媒体朝着更加真实的方向发展，充分地发挥新媒体所具有的交互性与可塑性。

5.2 精准定位，提供个性化服务

在大数据背景下，新媒体与传统媒体要想顺利地融合，首先相关的媒体工作人员应当不断地找准自己当前

所应当起到的作用，在传递信息所具有的深度的同时，充分利用自己所具有的优势，发挥自己的价值。对传统媒体来说，应当转变当前的信息传递形式，从当前的社会背景出发，结合当前社会的需求找准自己的定位，满足信息接收者对信息所提出的需要。在新媒体与传统媒体融合的过程当中，双方都应当找准自己的定位，为受众提供具有自身特色的服务，共同促进媒体行业的整体发展。在实际进行融合的过程当中，传统媒体应当顺应时代的发展，遵循当前数字第一的媒体传播原则，合理运用自己所具有的信息技术来对当前媒体受众的偏向与喜好展开分析，从而满足社会中不同群体对信息所提出的要求，展开个性化信息服务。新媒体在融合的过程当中应当遵循数据导向，有针对性地提供个性鲜明的新型服务，通过提升传递信息的深度来扩大受众、提升媒体服务质量。双方在融合的过程当中都应当运用自己所具有优势与现代化信息，利用个性化服务来使新媒体与传统媒体良好地结合在一起，提升整个行业的质量。

5.3 提高素质，开展技术融合

媒体行业作为一种信息传递的行业，媒体从业人员的知识水平与职业素养能够对新媒体和传统媒体融合的过程起到重要作用。因此，在双方展开融合的过程当中应当努力组成具有专业素养的媒体团队，促进新媒体从业人员与传统媒体从业人员的经验交流与学习，通过提升整体业务水平与职业素养的手段来促进双方的融合。此外，在开展交流与学习的过程中，还应当促进新媒体与传统媒体之间的跨越式运营，形成一种以传统媒体为主，新媒体为辅的共同经营的方式，共同组成一个现代化的经营模式。

技术融合同样是新媒体与传统媒体融合过程当中的重点，传统媒体能够将自己具有深度与广度的信息，运用新媒体的现代传播手段来传播出去，能够有助于对双方的传播手段进行融合。如一些影响力较强的杂志与纸质媒体，可以通过现代手段与信息技术来对自己进行信息化的改良，充分运用自身所具有的影响力，通过开设官方微博等互动平台的手段展开传播，探寻新的发展路径。新媒体平台在技术上相对较为先进，更需要提升的是所传递信息所具有的真实性，与传统媒体的信息进行融合。

5.4 建立平台，整合资源

随着当前新媒体的不断发展，人们获取信息的手段也开始变得逐渐丰富，获取新闻内容主要依赖搜索技术以及阅读来展开。为了顺应时代发展的要求，传统媒体与新媒体在融合的过程中应当考虑到人们获取新闻的潜在需求，打造新闻信息交流平台，帮助完成媒体用户之间的文化交流，从而使信息接收者能够拥有更好的体验。在打造新闻信息交流平台的过程中应当注意一点，新闻信息交流平台应当能够让用户脱离实际生活中的限制，在网络上展开更加自由的信息交流，这种信息交流能够帮助爱好相同的信息接收者对自身对信息的看法展开沟通，有助于推动文化传播。此外，传统媒体在融合的过程中应当充分利用自己在内容建设方面的优势，结合新媒体技术方面的优势，将双方的优势有效衔接，实施资源的优势互补，从而达成双赢。

结语

在当前的大数据背景下，新媒体行业具有良好的发展前景，对于传统媒体来说既带来了巨大的挑战，同时也是一次新的发展机会，因此需要不断促进新媒体与传统媒体之间的良好融合。合理运用现代互联网科学技术，发挥二者所具有的优势，弥补劣势，从而实现融合互补，共同发展，进一步推动媒体行业朝着顺应当前社会背景的方向发展。在融合对策上首先需要重视舆论的引导，提高新媒体在展开信息传播时所具有的真实性，其次应当找准自身的定位，依据大数据信息来对受众的信息需求进行分析展开个性化服务。再次需要不断提升从业人员所具有的职业素养，构建多元媒体体系，最后应当通过单位合作，整合资源等手段来进一步促进传统媒体与新媒体的融合。总而言之，新媒体与传统媒体的融合是未来媒体发展的必要要求，只要明确新媒体与传统媒体融合的根本目的，不断提升媒体从业者的基础素养，才能真正促进媒体行业的可持续发展。媒

参考文献

[1] 杨春竹，李志宏 . 基于大数据背景下的传统媒体与新媒体融合发展模式研究 [J]. 新闻传播，2017（4）：51.

[2] 单丹 . 探究大数据背景下新媒体和传统媒体的融合发展 [J]. 中国传媒科技，2018（11）：39-40.

[3] 牟娟 . 大数据背景下传统媒体与新媒体融合特征研究——以什邡市融媒体中心为例 [J]. 西部广播电视，2020（2）：180-181.

[4] 唐湘利 . 探究大数据背景下新媒体和传统媒体的融合发展 [J]. 新闻潮，2020（3）：37-39，45.

[5] 徐刚 . 大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展的可行性分析 [J]. 新闻研究导刊，2019（5）：247-248.

作者简介：黄亮（1985-），男，海南省保亭黎族苗族自治县，现任保亭黎族苗族自治县融媒体中心（广播电视台）全媒体记者组组长，研究方向：新闻传媒。

（责任编辑：胡杨）